

**CONTENU DU MODULE « LE FRANÇAIS DU TOURISME »**

<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>2</b>
<b>I. MODULE TOURISME POUR FILIERES UNIVERSITAIRES FRANCOPHONES</b> .....	<b>3</b>
<b>II. L'INSTITUTION ET LES APPRENANTS</b> .....	<b>4</b>
A. Un exemple d'enquête .....	4
B. Analyse des résultats obtenus .....	6
<b>III. LA SIMULATION GLOBALE</b> .....	<b>7</b>
A. Un choix adapté à la formation .....	7
B. Place de l'enseignant dans le transfert de compétence .....	7
<b>IV. PLAN DE LA FORMATION</b> .....	<b>8</b>
<b>V. LES ECRITS TOURISTIQUES</b> .....	<b>9</b>
A. Notions générales sur le discours .....	9
B. Les écrits touristiques promotionnels .....	10
.....	10
.....	10
Les catalogues d'agences de voyage .....	11
C. Les écrits touristiques non promotionnels .....	11
Les guides .....	11
Les reportages .....	13
<b>VI. ARGUMENTATION DANS LES ECRITS TOURISTIQUES PROMOTIONNELS</b> .....	<b>14</b>
A. Démontrer et persuader .....	14
B. Procédés au service de l'argumentation .....	15
Approche stylistique .....	15
Approche culturelle .....	18
<b>VII. EXPLOITATION PEDAGOGIQUE</b> .....	<b>20</b>
A. Approche pédagogique .....	20
B. Activités pédagogiques. Indications préalables .....	20
Exercice de repérage .....	20
Exercices de systématisation (exercices 1 à 3) .....	20
Exercices de reformulation et de transformation (exercices 4 à 8) .....	21
Réflexions éparses .....	22
C. Séquence pédagogique .....	22

## INTRODUCTION

Les étudiants inscrits dans les filières universitaires francophones (FUF) « Tourisme » des Universités de Ho Chi Minh-ville, Hué et Hanoi au Vietnam effectuent en dernière année de leur cursus un stage pratique. Certains d'entre eux, sélectionnés par l'Agence Universitaire de la Francophonie (AUF), reçoivent une bourse universitaire francophone (BUF) leur permettant de réaliser ce stage en France. Cette année, les étudiants seront amenés à travailler au Salon International du Tourisme qu'organise la ville de Lille. Ils devront notamment animer un stand consacré au Vietnam et diffuser largement des documents promotionnels conçus par leurs soins. Pour les préparer à cette tâche, l'AUF a prévu d'organiser peu avant leur départ une formation étalée sur quinze jours.

Notre travail débute par une enquête destinée à confronter les objectifs institutionnels et les besoins et attentes des personnes impliquées dans la formation. A partir des résultats obtenus, une stratégie pédagogique adaptée a pu être imaginée. Un des axes de cette formation repose sur l'étude de certains vecteurs de diffusion touristique. Cinq types d'écrits touristiques destinés au grand public nous ont semblé tout particulièrement intéressants à analyser : il s'agit des publicités, des dépliants, des catalogues d'agence de voyage, les guides et les reportages. Les intentions argumentatives que l'on peut déceler dans ces textes ont permis de construire une séquence pédagogique mêlant approche fonctionnelle de la langue et sensibilisation culturelle. Il est à noter que cette approche duelle a pour but de favoriser la motivation des étudiants, que celle-ci soit utilitaire ou intégrative. Nous terminerons notre exposé par la présentation d'une séquence pédagogique débouchant sur un processus d'écriture collective. Cette objectif vise à l'appropriation par l'apprenant d'une certaine technicité discursive.

Faire émerger les éléments constitutifs du discours amène à démasquer un système de représentation du monde constitués à partir de valeurs socioculturelles. Les écrits touristiques, produits culturels à part entière, sont à ce titre des supports particulièrement appropriés pour mettre en relief les particularités de la société qui les fabrique.

## I. MODULE TOURISME POUR FILIERES UNIVERSITAIRES FRANCOPHONES

- PUBLIC :** 10 étudiants de filières universitaires francophones « Tourisme »  
(Universités de Ho Chi Minh-ville, Hué et Hanoi)  
Age : de 20 à 25 ans  
Niveau linguistique : avancé (cadre européen des langues)  
Bonne connaissance de la culture française : chaque étudiant a déjà effectué un ou plusieurs stages linguistiques en France d'une durée minimum de deux mois.
- OBJECTIFS :** Etre capable à l'issue de la formation :
- ← d'utiliser le français dans des situations de communication professionnelle courante (accueillir, donner des renseignements, etc.)
  - ← d'analyser la demande d'un client et d'y répondre
  - ← de connaître les grands principes d'organisation d'un salon touristique
  - ← d'analyser des documents professionnels (guides, catalogues, dépliants, reportages, publicité, etc.)
  - ← de concevoir des matériels promotionnels : dépliants, brochures d'agence de voyage, publicité, etc.
- PRE-REQUIS :** Pour suivre cette formation les apprenants doivent :
- ← posséder des connaissances sur le milieu professionnel du tourisme
  - ← être entraînés à différentes tâches communicatives qu'il conviendra d'adapter à la situation de communication ciblée
  - ← connaître les traits caractéristiques de la société française (histoire, géographie, climat, fêtes, habitudes alimentaires, règles de conduite sociales, etc.).
- PROGRAMME :** Le programme comprend essentiellement :
- ← un travail sur la langue à l'écrit et à l'oral (discours touristique)
  - ← un travail d'application (simulation de situations professionnelles, production de documents touristiques)
  - ← une ouverture aux composantes culturelles de la société française.
- DUREE :** 25 heures
- RESPONSABLE :** Conseiller pédagogique Filière Universitaire Francophone  
Agence Universitaire de la Francophonie  
Filière Tourisme des Université de Hué, HCMV et Hanoi, Vietnam

## II. L'INSTITUTION ET LES APPRENANTS

*Une prise en compte des conditions institutionnelles, sociales, culturelles et politiques dans lesquelles ces apprentissages se situent, nous conduira à retenir certaines options méthodologiques.*

*Les besoins ressentis par les apprenants en matière d'enseignement ainsi que les attentes éducatives des enseignants impliqués dans la formation ne peuvent en aucun cas rester dans l'ombre des attentes institutionnelles. Une enquête de terrain constitue un travail préliminaire indispensable pour ajuster cette relation triangulaire.*

### A. UN EXEMPLE D'ENQUETE

Pour se faire une idée plus juste des besoins ressentis par les étudiants prêts à suivre notre formation, nous avons imaginé un questionnaire dont l'analyse des résultats nous aidera à élaborer le programme de formation.

## ENQUETE SUR LES BESOINS ET ATTENTES DES PARTICIPANTS AU MODULE 5 " LE FRANÇAIS DU TOURISME "

*Merci de bien vouloir remplir ce questionnaire. L'analyse des réponses nous permettra éventuellement de recadrer le contenu du module en fonction de vos besoins et de vos attentes.*

### CONNAISSANCES PROFESSIONNELLES

1. Avez-vous déjà eu l'occasion de travailler ou de faire un stage pour un organisme ou une entreprise touristique ?

non  oui

2. Estimez-vous connaître le contexte professionnel lié à l'économie du tourisme en France ?

non  oui

3. Connaissez-vous les supports qui servent à la promotion touristique ?

non  oui

*Si oui, précisez*

---

---

---

---

---

### POINTS A TRAVAILLER PENDANT LA FORMATION

4. Quels sont les points que vous aimeriez particulièrement travailler lors de cette formation ?

- connaissances lexicales générales
- connaissance du vocabulaire de spécialité
- connaissance des règles grammaticales
- se repérer dans le temps
- se repérer dans l'espace
- prendre la parole en public
- entamer une conversation sans y être préparé

5. Eprenez-vous des difficultés à prendre la parole sans y être préparé ?

non  oui

### CONNAISSANCES CULTURELLES

A propos de la France et de ses régions...

6. Estimez-vous en connaître la géographie:

pas du tout  un peu  bien  très bien

7. Estimez-vous en connaître l'histoire:

pas du tout  un peu  bien  très bien

8. Estimez-vous en connaître l'économie:

pas du tout  un peu  bien  très bien

9. Estimez-vous en connaître les paysages:

pas du tout  un peu  bien  très bien

10. Estimez-vous en connaître la gastronomie:

pas du tout  un peu  bien  très bien

11. Estimez-vous en connaître les habitudes sociales:

pas du tout  un peu  bien  très bien

12. Estimez-vous en connaître les mentalités:

pas du tout  un peu  bien  très bien

13. Estimez-vous en connaître les oeuvres d'art:

pas du tout  un peu  bien  très bien

14. Estimez-vous en connaître la littérature:

pas du tout  un peu  bien  très bien

15. Quels sont les aspects culturels que vous aimeriez aborder lors de cette formation ?

---

---

---

---

---

16. Cette formation doit vous apporter en priorité :

---

---

---

---

---

*Nous vous remercions d'avoir consacré quelques minutes pour répondre à ce questionnaire.*

*Agence universitaire de la Francophonie*

## B. Analyse des résultats obtenus

Les résultats que donnerait une telle enquête, si elle était menée, ne devraient en aucun cas servir à justifier certaines habitudes d'enseignement et d'apprentissage que « la méthodologie ordinaire » s'évertue à reproduire. Le désir d'apprendre ne se mesure pas uniquement à la tendance que peut avoir l'esprit à reproduire des habitudes, des choses connues.

L'enquête doit être considérée avant tout comme un moyen de consultation et en aucun cas elle ne doit fonder la construction d'un programme d'enseignement. Une bonne connaissance de la pratique enseignante, du terrain et des acteurs impliqués sont des éléments qu'il ne faut surtout pas négliger. L'enquête doit servir à confirmer ou à relativiser certaines hypothèses de travail et à ajuster les trajectoires qui nous ont semblées tout d'abord les meilleures.

Dans le cas qui nous intéresse, nous considérons – pour simplifier – que les résultats obtenus à l'issue de cette enquête confirment nos premières intuitions. Les étudiants des filières « Tourisme » manifestent des besoins et des attentes qui ne se limitent pas au seul versant fonctionnel de la langue. L'investissement qu'ils comptent accomplir lors de cette formation est aussi largement tributaire d'une forte demande culturelle. La relative méconnaissance du milieu professionnel dans lequel ils évolueront provient de l'inadaptation des enseignements universitaires. En effet, l'université vietnamienne dispense essentiellement des cours théoriques qui ne peuvent sensibiliser les étudiants aux exigences de l'entreprise inscrite dans une nouvelle réalité économique. L'économie de marché au Vietnam – et a fortiori l'économie touristique – est balbutiante et les pratiques liées à cette activité se construisent progressivement.

Les besoins langagiers définis et sélectionnés, nous tenterons à présent de dégager les objectifs linguistiques et culturels pertinents en fonction d'une approche pédagogique adaptée.

#### IV. PLAN DE LA FORMATION

PHASES	ACTIVITES	FICHE LINGUISTIQUE
<b>Création du décor</b>	Trouver une appellation pour : ← le salon ← les stands  Elaboration de plans, positionnement des stands	Nominalisation Vocabulaire thématique de base  Localisation, déplacement
<b>Création des personnages</b>	Rédaction de fiches d'identités, distribution des rôles	Présent / passé Canevas narratifs
<b>Connaissance du terrain professionnel</b>	Prise de connaissance et analyse des principaux écrits touristiques (exercices de repérage, systématisation, transformation)  Recherche personnelle de documents touristiques Recherche (en bibliothèque, sur Internet, etc.)  Présentation des techniques argumentatives repérées dans les documents collectés  Questions, débats  Réalisation de publicités, de dépliants, de brochures présentant le salon, un site, un circuit, une offre touristique etc.	Analyse des différents type de discours, argumentation, approche culturelle  Recherche documentaire  Argumentation orale  Argumentation orale  Production <b>écrite</b>
<b>Mise en place du décor</b>	Présentation du plan des lieux	Révision de la localisation
<b>Animation du décor</b>	Accueil des participants (personnes extérieures au groupe)  Promotion de certaines destinations à partir des dépliants, des catalogues, et des publicités produites précédemment	Vocabulaire courant Protocole langagier

REPERAGE

Observez attentivement les documents suivants et essayez de les identifier. Dans quels endroits peut-on les trouver ou se les procurer ? Quels sont les indices qui vous mettent sur la voie ?

**1**

Parc du Futuroscope  
Un été époustouflant !  
2 jours de visite + 1 nuit à partir de 463 FF\*  
70,58 €\*

Réservez dès maintenant !

**9** Hougue du Pommier ★★★

**85060-I/GCI PETIT DEJEUNER ANGLAIS**

Type	20	22	24	10
01/01-08/04	2.260	2.770	2.840	2.260
08/05-23/09	2.470	3.180	3.350	2.470
24/09-31/12	2.260	3.790	3.970	3.970

**VOS AVANTAGES**  
Happy Kids  
3 + 7

**3**

**Le mont Saint-Michel au péril de la terre**

550 millions de Francs, pas moins, vont être dépensés pour rendre le mont Saint-Michel à la mer. Depuis qu'en 1870, une digue intempestive avait été aménagée, le site, menacé d'ensablement, semblait devoir perdre à jamais son charme insulaire. Mais la municipalité montoise, affolée de voir se tarir la manne touristique (quelque 3,3 millions de visiteurs par an) avec la disparition du parking aménagé au pied de la citadelle, a jusqu'à aujourd'hui refusé qu'on touche à la digue. Cette fois-ci, c'est chose faite, ou presque. Le plan prévu accepté par Michel Barnier, ministre de l'Environnement, devrait

**4**

Maison de l'histoire de la "Terre de Gorze"  
33 rue de l'Église  
57080 GORZE  
tél. fax : 03 87 47 48 47  
www.gorze1914.fr

**5**

**Dublin Castle** (plan coul. I, D3). La forteresse normande (1208-1220) s'élevait sur l'emplacement occupé aujourd'hui par la Cour haute (Upper Yard). L'essentiel des bâtiments que l'on visite fut érigé au XVIII<sup>e</sup> s., de l'ancien château on ne voit plus que la tour S.-E. appelée Record Tower, ainsi que quelques vestiges de la Birmingham Tower (XIV<sup>e</sup> s., reconstruite en 1771) et d'une petite tour du mur S. Les autres ouvrages sont masqués par les constructions des XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> s.

Jusqu'en 1922, le château de Dublin fut la résidence officielle des représentants de l'autorité anglaise, le siège du Conseil d'Etat et, pendant quelque temps, du Parlement et de la Cour de justice. Dublin Castle était, pour les Irlandais, le symbole (souvent attaqué) de la colonisation et de la domination de l'Ascendancy anglo-protestante. De 1916 à 1922, il servit de prison politique. Le château comportait une grosse tour ronde à chaque angle sauf à l'angle S.-O., où il se raccordait aux remparts de la ville, renforcés en ce point par une tour rectangulaire. Au XIV<sup>e</sup> s., on ajouta une grosse tour ronde, dite Birmingham Tower, contre la courtine S. L'entrée primitive s'ouvrait au N. entre deux petites tours de flanquement. Ces bâtiments brûlèrent en 1637 - imprudence ou malveillance. Ils étaient dans un tel état d'abandon, à cette époque, que le vice-roi écrivait au souverain qu'il venait de perdre « le plus misérable château de toute la chrétienté » !

**Visite:** du lun. au ven.: 10h-12h 15/14 h 15-16h30; sam. et dim.: 14h-17h. Plusieurs bâtiments sont ouverts au public.

**6**

Embarquez à bord du Venice Simplon-Orient-Express et revivez l'âge d'or du voyage en train...  
LONDRES - PARIS - VENISE

EASTERN & ORIENTAL EXPRESS  
L'ORIENTAL EXPRESS  
ROAD TO BARRONALAY  
ORIENT EXPRESS HOTELS, TRAINS & CROISIÈRES

Quelles remarques peut-on faire sur la structure de ces documents ? Qui produit ces documents ? A l'attention de qui ? Dans quel but ?



A partir des constatations ou des déductions que vous venez de faire essayez de compléter le tableau présenté ci-dessous. Vous pouvez également vous aider des autres documents distribués par votre professeur.

Type de document	Qui l'a produit ?	A qui est-il destiné ?	Où le trouve-t-on ?	Quels procédés argumentatifs utilise-t-il ?	Quels sont les implicites culturels repérables ?	Que cherche à produire ce document ?

## EXERCICE 1

Les documents suivants sont tous extraits de catalogues d'agences de voyages. Observez l'agencement des textes, des photos et des dessins sur chacun d'entre eux. Essayez de tirer les caractéristiques de présentation de ce type de document.

### MOLIETS

Au sud d'immenses plages, à deux heures de l'Espagne, venez découvrir le paradis des surfeurs, les randonnées dans les Landes de Gascogne et la richesse de la gastronomie landaise. En bordure de la pinède et d'un golf, le village-vacances s'organise entre un bâtiment central de 1 à 5 étages et plusieurs résidences de 2 à 5 étages avec ascenseur. La plage (surveillée en juillet/août) se trouve à 1,5 km du village.



Résidence "Moliets"  
Rue Brémontier  
40660 MOLIETS ET MAA  
Non agréée - Classement ★★★  
En partenariat avec Pierre et Vacances

#### SERVICES / EQUIPEMENTS

Salle polyvalente de 200 places. Terrain de jeux et multisports. Laverie (moyennant supplément). Supérette, bar. Équipement pour handicapés. Tous services et commerces à 2 kms.

#### INFOS PRATIQUES

Draps et couvertures fournis.  
Linge de toilette non fourni.  
Animaux admis (avec supplément).  
Véhicule conseillé.  
**Prise de possession du logement à 17 h.**  
**Libération du logement avant 10 h.**



#### VOTRE HÉBERGEMENT

**Studio 2/3 personnes** avec balcon : séjour avec lit double et lit simple, coin cuisine équipé et salle de bains.  
**Studio 4/5 personnes** balcon ou terrasse : 1 entrée-cabine avec 2 lits superposés, 1 banquette lit simple dans le séjour, coin kitchenette équipée. Télévision avec supplément.  
**Studios autres capacités** : nous consulter.

#### RESTAURATION

Possibilité repas ou 1/2 pension : voir grille tarifaire.

#### VOUS LOISIRS

Gratuite pour les adultes avec découverte du golf, tir à l'arc, ...  
Randonnées vélo, séances de mise en forme, rencontres sportives, soirées dansantes. Avec participation, stages de cirque et sportifs (tennis, golf, surf, voile, escrime) programme d'excursions.  
**Espace aquatique de 4 piscines et 3 bassins pour enfants (chauffés et non surveillés).**  
- Espace paint-ball.  
- Un bébé-club de 3 à 35 mois (payant).  
- 4 clubs enfants de 3 à 18 ans avec activités diverses et spectacles (avec supplément).

document 1

### ■ EXERCICE 3

*Les deux font la paire* : les guides de voyage usent et abusent de la qualification. Certains termes traditionnellement accolés forment des sortes d'expressions toutes faites que l'écrivain Gustave Flaubert s'amusait à collectionner dans son « dictionnaire des idées reçues ». Essayez de retrouver des assemblages que l'on retrouve couramment dans le discours touristique. Pour cela, associez un terme de la colonne de gauche à un terme de la colonne de droite.

accueil	de villégiature
rochers	chaleureux
golfs	abrupts
site	clairs
sable	imbattables
île	vivifiant
l'air de la mer	exceptionnel
village	hospitaliers et chaleureux
marchés	préservée
peuples	blanc et fin
prix	multicolores
identité	paradisique
lieux	typique

Connaissez-vous d'autres assemblages de ce type couramment utilisés dans le discours touristique ou dans d'autres types de discours? Si vous n'en connaissez aucun, amusez-vous à en inventer.

### ■ EXERCICE 4

Réécrivez le texte suivant en utilisant un style moins emphatique.

#### LES ILES EOLIENNES : A LA DECOUVERTE DU ROYAUME DES VENTS

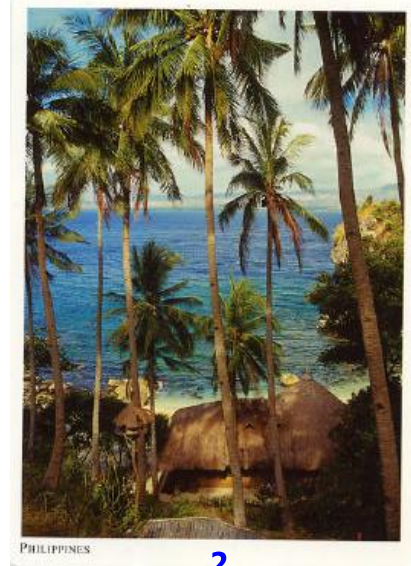
L'archipel au nord de la Sicile se compose de sept merveilleuses îles volcaniques qui offrent des beaux panoramas pleins de contrastes. La nature a lâché la bride à sa fantaisie au royaume de Eole, Dieu des Vents. La nature est restée intacte depuis le passage d'Ulysse et même le tourisme de masse n'a pas abîmé la beauté des sites. Une mer limpide, dominée par des côtes sublimes aux formes étranges, comme déchirées par une main gigantesque, ainsi qu'une palette de couleurs étranges et exceptionnelles forment la toile de fond : l'activité volcanique extraordinaire et les fonds marins impressionnants forment un tout magique et inoubliable ! Les îles Eoliennes jouissent tout au long de l'année de températures moyennes sans extrêmes : durant la haute saison, il ne pleut quasiment jamais et vous pouvez compter sur un nombre de jours important sous un ciel sans nuages !

■ EXERCICE 5

Dans les différents documents que nous venons d'étudier, vous vous êtes rendu compte que des procédés énonciatifs particuliers étaient mis en œuvre afin de convaincre le destinataire du message. À l'aide de quelques uns d'entre eux, écrivez une légende pour chacune des cartes postales suivantes. Précisez à chaque fois si votre intention est de démontrer ou de persuader.



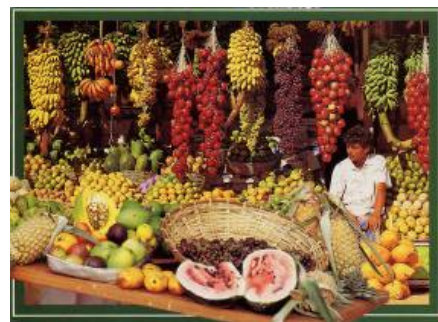
1



2



3



4

■ EXERCICE 6

Avec votre groupe, choisissez un support (guide, brochure, dépliant, magazine) et en utilisant les procédés repérés précédemment, imaginez un document destiné soit à informer soit à séduire. Comparez ensuite vos productions avec celles des autres groupes.